



Logo-Entwicklung

Stadt Linden
Präsentation vor Stadtverordnetenversammlung



Der vom Magistrat beschlossene Entwurf

Eine Wort-Bildmarke mit Wappen-Elementen

MAGISTRATSENTWURF



Stadt Linden
VEREINT. HESSISCH. LEBENSWERT.

- Das gewählte Logo stellt eine Wort-Bildmarke dar.
- Zusätzlich zur Nennung der Stadt Linden wurde ein Claim entwickelt, der dem Logo sowohl eine „optische Basis“ liefert, als auch inhaltlich mit positiv besetzten Adjektiven FÜR die Stadt und seine Bewohner spricht.
- Linden wurde aus den zwei Stadtteilen Leihgestern und Großen-Linden *vereint*, ist sich seiner *hessischen* Wurzeln bewußt und stolz darauf und wird von den Einwohnern als *lebenswert* beschrieben.
- Die Bildelemente zeigen Teilstücke des Wappens. So finden der Kranich (links) und die Linde (rechts) mittig zusammen und bilden gemeinsam die Stadt Linden.

MAGISTRATSENTWURF - FARBE UND TYPOGRAPHIE

Farbe: Lahnsand

CMYK: 14/22/48/7

RGB: 206/187/140

Hexadezimal: #cebb8c

Farbe: Kraftrot

CMYK: 15/100/90/10

RGB: 162/24/36

Hexadezimal: #a21824

Farbe: Lindgrün

CMYK: 50/0/100/0

RGB: 161/191/53

Hexadezimal: #a1bf35

- Farbgebung wurde dem Wappen entliehen. Wir haben die Farben fest definiert und einprägend benannt.
- Die verwendete Schriftart lautet „Korolev“ und wurde im Schriftschnitt „Compressed light“ eingesetzt.

Schriftart: Korolev Compressed Light - Laufweite 100%, Zeichenabstand: Standard

Stadt Linden

Schriftart: Korolev Compressed Light - Laufweite 100%, Zeichenabstand: -12

VEREINT. HESSISCH. LEBENSWERT.

MAGISTRATSENTWURF - MAßE UND PROPORTIONEN



Bemaßung und Proportionen

- Abstand „A“ wird durch die Höhe des Buchstaben „S“ definiert. Dieser Abstand definiert die Schrifthöhe des Claims.
- 50% des Abstandes „A“ bildet den Abstand „B“, welcher als Zeilenabstand zwischen Wort- und Bildmarke, sowie Stadt-Schriftzug und Claim dient.
- Die Hälfte von Abstand „B“ ist wiederum Abstand „C“, der den Raum zwischen den drei Bildelementen definiert.

MAGISTRATSENTWURF - AUSPRÄGUNGEN

Logo 4C / Positiv



Logo 4C / Negativ



Logo Graustufen / Positiv



Logo Graustufen / Negativ



Logo Monochrom / Positiv



Logo Monochrom / Negativ



- Ein Logo muss stets auch sowohl in Graustufen als auch in rein monochromer Umsetzung „funktionieren“
- Einsatzgebiete von Zeitungsanzeigen, über s/w-Druck im Verwaltungsdrucker bis hin zum Stempel.



Lassen Sie uns Ihren Blickwinkel verändern.

Bei weiteren Rückfragen steht Ihnen das Team der Ads&Friends* gern zur Verfügung.
Ihre persönliche Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner:

Anna Lena Rupp

Telefon: +49 (0) 641 26559456
E-Mail: anna.lena.rupp@adsandfriends.de

Anita Scholze

Telefon: +49 (0) 641 26559573
E-Mail: anita.scholze@adsandfriends.de

Katharina Utsch

Telefon: +49 (0) 641 26559458
E-Mail: katharina.utsch@adsandfriends.de

Julia Thielmann

Telefon: +49 (0) 641 26559572
E-Mail: julia.thielmann@adsandfriends.de